

# 2016-2022年中国金银珠宝首饰市场需求及投资前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国金银珠宝首饰市场需求及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/187588.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

目前，国际珠宝首饰市场上的代表性企业有卡地亚（Cartier）、宝格丽（Bulgari）和蒂芙尼（Tiffany）。这些企业凭借悠久的历史、雄厚的资金实力、成熟的原料渠道特别是异形宝石供应渠道，邀请国际一流的设计团队加盟，打造出设计独特、工艺精美的首饰产品，使其不仅成为国际珠宝首饰业的高端品牌，还引领着受欧美文化影响较深的国家和地区市场的消费时尚。随着东亚经济的快速发展，这些国际一线珠宝商正将其品牌所代表的首饰文化向东亚地区逐渐渗透，且已经在东亚首饰市场尤其是在中国内地市场对K金和钻石镶嵌首饰的设计理念、工艺技术产生了较大的影响。

在国内珠宝首饰的生产方面，目前我国已形成包括深圳罗湖、广州番禺等在内的20个珠宝首饰特色产业基地。通过建立产业集群，使诸多相关企业通过资源共享降低全行业的成本，提高行业的运作效率。

在珠宝首饰的销售方面，知名企业已经完成了从注重数量扩张的圈地型粗放经营方式向注重发展质量、塑造品牌形象的内涵发展方式转变。截至2014年底，超过400多家零售企业获得“放心示范店”称号。

从品牌实力来看，国内珠宝市场形成了国际、香港、国内品牌的梯队格局。宝格丽、Cartier、Tiffany等国际知名珠宝品牌基本占据了我国最高端的奢侈品珠宝市场。中档及中高档珠宝市场由香港品牌和国内品牌分享，周大福、周生生、六福等香港珠宝企业位于该市场的第一品牌梯队，老凤祥、豫园商城、潮宏基等国内企业的品牌实力相对落后。

国内珠宝企业品牌矩阵 资料来源：公开资料整理

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 我国珠宝首饰行业发展现状	1
第一节 珠宝首饰的分类和商品属性	1
一、珠宝首饰的分类	1
二、珠宝的商品属性	3
三、珠宝首饰行业的特点	5
第二节 我国珠宝首饰业发展环境分析	6
一、2014年宏观经济运行指标分析	6
二、2015年宏观经济运行指标分析	7
三、2016年中国经济发展预测	24

第三节 我国珠宝首饰行业发展现状	25
一、中国珠宝首饰行业30年发展回顾	25
二、中国珠宝首饰行业面临转型良机	26
三、我国珠宝首饰批发企业的现状分析	28
四、2015-2016年我国珠宝首饰行业发展现状分析	30
五、黄金珠宝业酝酿制定行业标准	31
六、两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准	32
七、《珠宝首饰行业服务规范》起草单位征集通知	32
八、我国珠宝玉石首饰行业发展瓶颈分析	33
九、我国珠宝首饰行业面临的基本问题及应对措施	34
第四节 我国珠宝首饰生产加工设计业现状及趋势	35
一、我国珠宝加工业发展概况	35
二、我国珠宝加工企业分布状况	35
三、我国珠宝首饰设计业现状分析	36
四、我国珠宝加工业发展主要制约因素	36
五、珠宝加工行业整体解决方案简析	37
六、未来中国将成为世界级珠宝首饰生产加工中心	38
第五节 我国珠宝首饰行业存在的问题	38
一、未有强势品牌	38
二、劳动生产率低	39
三、设备及设计理念落后	39
四、管理显得滞后	39
五、员工素质有待提高	40
六、珠宝业标准缺失暴利遍布急需立法	40
第二章 珠宝首饰行业不同市场概况	43
第一节 珠宝消费者市场分析	43
一、珠宝消费者市场概述	43
二、我国珠宝市场产业链简介	43
二、男性珠宝饰品消费市场渐形成	43
三、珠宝消费者购买心理与购买动机	45
四、影响珠宝消费者购买行为的因素	49
五、珠宝消费者购买决策过程分析	55
第二节 我国珠宝中间商市场	58
一、批发商	58

二、零售商	59
第三节 珠宝生产者市场分析	59
一、从交易规模和交易方式来看	59
二、从购买行为来看	60
三、从购买目的来看	60
四、从交易行为主体来看	60
五、从决策类型和决策过程来看	61
第四节 珠宝服务市场	61
一、珠宝设备供给市场	61
二、珠宝加工、镶嵌市场	61
三、首饰陈设、包装服务市场	62

### 第三章 中国珠宝首饰市场整体分析 63

#### 第一节 中国珠宝首饰市场总体状况 63

一、国内珠宝首饰市场结构的表现	63
二、中国珠宝首饰市场销售管道分析	64

中国珠宝零售市场主要由三部分组成，即百货商场珠宝专厅、专营店和珠宝市场三种形式。

##### 1) 百货商场珠宝专厅

商场专厅主要指在大中型百货商场中开设的由珠宝首饰厂商经营的首饰专厅。它目前仍是国内珠宝首饰销售的主要形式之一。其优势表现在：有显著的客流量。由于大中型百货商场一般地处某一区域的商业中心，交通便利，知名度高，客流大，人气旺，其经营环境一般优于交易市场，诚信度较好。商场对于信誉和公众舆论的关注度高，所以服务的态度、服务的内容也较好，在诚信度方面有着显著的优势，经销商可借助这些优势得以迅速发展，促销力度较大。

由于商品类别多样化，所以商场进行促销活动的余地就比较大，不同楼层、不同商品在不同时期都可以进行促销活动，以吸引消费者的注意。而到珠宝柜台的客流量越大，创造的销售机会也就越大，经营风险相对较低。在珠宝业的发展阶段，珠宝首饰走进大商场直接面对众多的消费者，对普及知识、培育市场、引导消费等都起到了非常大的作用。

##### 2) 珠宝专营店

珠宝专营店主要指单独开设的珠宝首饰专卖店。它是独立的门店，其经营模式与组织形式可以是独家老店，也可以是各类连锁等。专营店以消费需求为导向进行经营管理，最能突出该品牌的产品特色和经营特色，也更能满足消费者日益增强的个性化消费趋势。利用独立的门店，能很好地展示企业形象，突出企业经营理念和产品特色，经营者可以按照企业的总体规划 and 实施方案开展自己的营销活动，并可根据市场情况的变化，随时调整经营策略，如调

整店堂布局、风格、经营品种、品牌推广、促销宣传等。国内珠宝专营店的规模普遍偏小，市场占有率在大多数地方也比百货商场要低，而且各地情况也有很大不同，在比较成熟的珠宝零售市场，珠宝专营店已经占据主导地位。以北京为例，目前北京珠宝零售市场形成了珠宝品牌专营店、商场珠宝专厅和专门珠宝市场三分天下的格局。

### 3) 珠宝市场

珠宝市场是以各地珠宝产业的发展为依托而形成的，集批量采购、集中供应、厂家直销、接单加工、电子商务、拍卖交易为主要形式，多功能、全方位、强辐射、大流通、集约化、网络化、专业化的大型珠宝首饰综合服务平台。随着珠宝

产业的快速成长和消费市场的不断扩大，从2000年至今，迅速建立起大大小小近百家专业珠宝市场。珠宝市场以批发业务为主起步，随着口碑传承珠宝商圈的影响力与日俱增，珠宝市场内的珠宝零售业务发展迅速。

### 4) 其他渠道

此外，珠宝零售渠道还包括电视购物、电子商务以及量贩式渠道等等。每克拉美、全城热恋等量贩式的渠道、电子商务渠道（钻石小鸟）也逐渐兴起。对于消费者而言，一般在百货公司购物时，较有信心，也较为放心。同时对于珠宝零售商而言，百货公司珠宝专厅的扩张成本较低，并且客流量较大。因此，来自百货市场珠宝专厅途径销售的市场比例将不断攀升。

。

### 珠宝零售渠道的营运模式

中国珠宝零售渠道按照营运模式划分，可分为自营模式、加盟模式、联营模式。

#### 1) 自营模式

自营模式是指珠宝品牌公司出资开设直营店或者在商场开设专厅进行零售，自营店的货品所有权归属于公司；店面形象由公司负责按统一形象标准装修，货品由公司自主统一配送及摆置，并运用公司 ERP 统一管理，由公司聘请的营业员销售导购。

#### 2) 加盟模式

加盟模式是指由加盟商出资开设的独立店铺或专厅，由加盟商自行负责管理并承担相应责任，加盟店的货品所有权归属于加盟商。店面形象由品牌商负责按统一形象标准装修，并提供相应的人员培训、开店指导以及后续经营指导等一系列服务。

#### 3) 联营模式

联营模式是指由品牌商和加盟商共同合作经营的模式，双方共同负责管理以及承担相应责任。一般成立由双方参股的公司，联营店的货品所有权归属联营店。店面形象由品牌商负责按统一形象标准装修，并提供相应的人员培训、开店指导以及后续经营指导等一系列服务。

就珠宝零售商而言，自营零售点仍然是一种重要的营运模式，因为与加盟和联营模式相比，自营模式能给予珠宝零售商较大的经营控制权，也更接近零售客户。同时，自营模式能够节省流通环节，使得珠宝零售商可以享受更大的利润空间。但是，由于地域方面的限制，开设数量众多的直营店需要耗费大量资金，所以加盟和联营模式作为一种既具成本优势又行之

有效的扩张方式在中国珠宝零售商中盛行，尤其是在二、三线城市。

三、中国珠宝首饰市场竞争形势	66
四、珠宝首饰市场的信息不对称问题剖析	70
五、中国珠宝首饰消费市场的变化	74
第二节 珠宝首饰市场现状分析	75
一、中国珠宝首饰市场状况	75
二、市场供需居世界前列	76
三、产品多样化格局已经形成	77
四、珠宝首饰市场化走向成熟	79
第三节 2015-2016年珠宝首饰市场发展情况分析	82
一、2014年中国珠宝首饰行业发展分析	82
二、2015年我国珠宝首饰市场规模分析	83
三、2015-2016年中国金银珠宝业零售总额增幅居榜首	84
四、2016年中国珠宝首饰行业发展分析	85
第四章 黄金行业发展情况分析	87
第一节 2015-2016年国际黄金市场分析	87
一、2015-2016年全球黄金市场供应概况	87
二、2015-2016年全球黄金市场需求概况	87
三、2015-2016年全球主要行业黄金需求分析	90
四、2015-2016年世界黄金市场供求总结	91
五、2015-2016年全球黄金行情回顾	95
第二节 2015-2016年我国黄金行业运行情况	97
一、2014年黄金行业经济运行情况	97
二、2015年黄金行业经济运行情况	99
三、2015年中国进口黄金情况分析	101
四、2016年黄金业机遇挑战并存	102
第三节 2015-2016年我国黄金行业政策颁布情况	103
一、我国黄金资源开采政策取向	103
二、黄金表壳、黄金表带纳入进出口管理范围	106
三、国家明确黄金期货交易有关税收政策	107
四、六部委《关于促进黄金市场发展的若干意见》促黄金市场	107
五、中国设定国家黄金标准为99.999%	111
六、国家安全监管总局关于加强金矿开采企业粉尘危害治理工作的通知	111
第四节 2014-2016年我国黄金生产和消费情况分析	114

一、2014年中国黄金产量数据	114
二、2015年中国黄金产量数据	115
三、2016年我国黄金产量统计	116
四、国内现货黄金交易量全球第一	117
五、2012-2016年中国黄金产量及需求分析	118
第五节 2015-2016年我国黄金区域市场分析	118
一、广东	118
二、深圳	120
三、河南	120
四、山东	121
五、新疆	122
六、江西	122
七、云南	124
八、青海	124
九、吉林	125
第六节 2016年中国黄金投资策略分析	125
一、2016年全球黄金价格走势预测	125
二、2016年黄金投资机会分析	126
第五章 钻石行业发展情况分析	128
第一节 世界钻石行业情况	128
一、世界钻石资源分布	128
二、世界钻石市场体系	130
三、2012-2015年国际钻石市场分析	131
第二节 我国钻石行业分析	135
一、钻石加工业发展现状	135
二、中国钻石首饰零售业的现状	136
三、中国成为世界钻石行业的中心	140
四、面对国际化竞争国内钻石企业大有可为	140
第三节 中国钻石市场发展分析	141
一、我国钻石市场的发展状况	141
二、浅析钻石市场交易的价格评估	142
三、中国成为世界第二大钻石消费市场	145
四、2015-2016年中国钻石市场分析	146
五、2016-2022年我国钻石市场发展展望	147



第六章 珍珠行业发展情况分析	149
第一节 珍珠的贸易及市场	149
一、珍珠的来源及分类	149
二、珍珠的采收简介	152
三、国际珍珠贸易及市场	153
第二节 我国珍珠行业分析	158
一、中国珍珠业分析	158
二、中国淡水珍珠产地重心转移	159
三、中国珍珠产业大问题	159
四、我国珍珠首饰行业发展策略	160
五、企鹅珍珠贝附壳珍珠培育成功	163
第三节 中国珍珠行业发展情势分析	164
一、我国淡水珍珠市场现状和发展趋势	164
二、2015-2016年珍珠价格与销量情况	165
三、浙江省珍珠产业协会发布《养殖珍珠首饰》行业标准	165
四、浙江诸暨珍珠产业打破全球高端珍珠市场垄断局面	166
五、2015-2016年诸暨发布珍珠价格指数	166
第四节 珍珠主要产区分析	167
一、雷州	167
二、诸暨	171
三、常德	171
第五节 浙江珍珠产业化发展的深思	173
一、发展珍珠产业的基础	173
二、存在的问题	174
三、发展珍珠产业化的新途径	174
第六节 中国海水珍珠发展的思考	177
一、世界海水珍珠基本现状	177
二、我国海水珍珠的基本状况	177
三、我国海水珍珠与淡水珍珠之比较	178
四、我国珍珠产业链分析与发展建议	178
五、我国海水珍珠产业发展的思考	178
第七章 翡翠行业发展情况分析	180
第一节 翡翠的贸易与市场	180

一、翡翠的相关概述	180
二、翡翠的产地及来源	180
三、翡翠的交易及市场	183
第二节 2015-2016年我国翡翠市场分析	183
一、我国翡翠加工流程	183
二、翡翠市场发展前景	186
三、翡翠饰品的五种商品类型	188
四、礼品升温对翡翠行业的影响分析	189
五、翡翠市场发展主要影响因素分析	190
六、2015-2016年翡翠市场价格情况分析	192
七、华南首家和田玉交易中心在深圳开业	193
第三节 翡翠文化市场发展分析	193
一、品牌战略培训创新颠覆传统	193
二、诚信经营晋商理念深入发扬	194
三、传播文化勾勒完美绿色时尚	195
第四节 翡翠行业投资分析	196
一、物以稀为贵	196
二、文化底蕴深厚	196
三、三分料，七分工	197
四、文化独具魅力	197
五、翡翠投资价值分析	198
六、投资前景巨大	199
第八章 其他细分行业分析	200
第一节 白银行业	200
一、我国白银工业发展现状	200
二、2015-2016年中国白银产量数据	201
三、2015-2016年世界白银市场的供需分析	201
四、2016年白银市场发展分析	203
六、白银市场重要发展空间分析	206
七、中国白银首饰业的发展前景和趋势	206
第二节 铂金行业	207
一、2015-2016年我国铂金市场价格情况	207
二、2015-2016年我国铂金首饰消费比价情况	208
三、2016年我国铂金投资机会	209

第九章 主要区域市场发展情况分析	210
第一节 广东市场发展情况分析	210
一、广东珠宝加工业现状与特点	210
二、广东珠宝行业的竞争问题	211
三、广东领跑黄金珠宝首饰行业	212
四、2015-2016年广东珠宝贵金属抽检结果分析	213
五、广东黄金饰品将告别以克论价	213
六、番禺珠宝首饰行业发展状况分析	214
七、广州花都珠宝首饰行业发展状况分析	216
八、广东省出台《黄金及其他贵金属珠宝产业发展十二五规划》	216
九、东莞成广东重点发展黄金珠宝产业城市之一	217
第二节 深圳市场发展情况分析	217
一、深圳珠宝产业集聚地概况	217
二、深圳支持珠宝企业走向全球	219
三、深圳抢占珠宝电子商务高地	220
四、200家珠宝品牌汇聚深圳西部	222
五、深圳珠宝中心启动	223
六、深圳珠宝首饰产业创新的思考	224
七、深圳珠宝首饰产业集聚地远景	225
八、深圳珠宝加工企业的产品附加值提高之路	226
第三节 2015-2016年上海市场发展情况分析	226
一、上海黄金珠宝业市场概况	226
二、上海黄金珠宝业品牌格局分析	227
三、上海黄金珠宝业产品结构分析	229
四、上海黄金珠宝业发展方向分析	229
五、上海黄金珠宝市场机遇与挑战并存	230
六、上海黄金珠宝行业即将进入创意时代	231
七、2016年上海黄金珠宝消费预测	232
第四节 北京市场发展情况分析	232
一、北京市珠宝批发市场状况综述	232
二、北京珠宝新市场发展情况分析	238
第五节 2015-2016年其他地区珠宝市场发展概况	241
一、云南	241
二、甘肃	241

三、辽宁	242
四、湖南	242
五、黑龙江	242
六、南京	243
七、武汉	243
八、重庆	243
九、银川	243
十、济南	244
十一、天津	245
十二、兰州	245

第十章 浙江省金银珠宝首饰市场分析	247
第一节 2015-2016年浙江省金银珠宝市场分析	247
一、2015年浙江省金银珠宝市场分析	247
二、2016年浙江省金银珠宝市场分析	248
第二节 2015-2016年浙江省黄金市场分析	249
一、2014年浙江省黄金市场分析	249
二、2015年浙江省黄金市场分析	252
三、2016年浙江省黄金产量分析	252
第三节 2015-2016年浙江省白银市场分析	252
一、2014年浙江省白银市场分析	252
二、2015年浙江省白银市场分析	253
三、2006-2016年浙江省白银产量分析	253
第四节 2015-2016年浙江金银珠宝主要城市分析	254
一、杭州	254
二、宁波	255
三、温州	257
四、绍兴	259
第五节 2015-2016年浙江明牌珠宝股份有限公司分析	260
一、公司简介	260
二、2014年企业经营情况分析	261
三、2015年企业经营情况分析	266
四、2016年企业财务数据分析	270
五、2016年公司发展展望及策略	271

第十一章 珠宝首饰业消费者分析	273
第一节 我国消费品市场形势分析	273
一、2015-2016年居民生活水平分析	273
二、2015-2016年零售市场情况分析	273
三、2015-2016年中国财富景气指数情况	275
四、2015-2016年中国奢侈品消费市场	277
第二节 2015-2016年中国珠宝消费市场分析	281
一、2015-2016年中国珠宝消费形势分析	281
二、2015-2016年国内珠宝消费市场情况	281
三、我国珠宝首饰市场交易主体问题	283
四、我国珠宝消费市场需求潜力分析	285
五、金饰成为婚庆珠宝市场消费主流	287
第三节 珠宝消费者市场特点分析	288
一、从消费水平上来看	288
二、从顾客构成来看	288
三、从交易的规模和方式来看	288
四、从购买行为来看	289
五、从购买目的来看	289
六、从购买行为主体来看	289
第四节 珠宝首饰消费心理特征分析	290
一、美化装饰心理	290
二、象征寓意心理	290
三、纪念心理	290
四、储备心理	291
五、时髦心理	291
六、社会礼仪心理	291
七、身份心理	291
八、艺术心理	292
九、感情心理	292
十、实用心理	292
第五节 中国珠宝首饰消费的地理特征	292
一、珠宝消费能力	292
二、珠宝品牌认知度	293
三、珠宝品牌渗透率	294
四、最时尚的珠宝品牌	294

五、珠宝消费地理特征的启示	294
第六节 珠宝消费市场趋势	295
一、个性化趋势	295
二、高档化趋势	295
三、名牌化趋势	295
第十二章 珠宝首饰业的营销现状与策略	296
第一节 中国珠宝市场营销环境分析	296
一、人口环境	296
二、经济环境	296
三、社会文化环境	297
四、政治法律环境	298
第二节 珠宝首饰业销售渠道分析	299
一、珠宝零售及批发渠道	299
二、我国饰品行业的主要销售形式	304
三、我国饰品行业的主要发展趋势	304
四、2015-2016年我国珠宝行业电子商务或将现井喷式发展	305
第三节 我国珠宝首饰业中的营销手段分析	306
一、展销	306
二、价格促销	306
三、广告促销	307
四、加盟连锁	308
五、渠道营销	309
六、网络营销	311
七、品牌营销	312
八、关系营销	313
第四节 珠宝首饰的价值构成及价格策略	314
一、珠宝首饰的价值构成	314
二、价格及价格制定	315
第五节 珠宝首饰业的差异化营销与市场定位	322
一、珠宝的差异化营销	322
二、我国珠宝厂商的正确市场定位	323
第六节 中国饰品市场竞争策略	325
一、中国饰品市场的六个主要竞争策略	325
二、中国珠宝中小企业的竞争策略	329

第七节 提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施	331
一、核心竞争力的含义与特征	331
二、我国珠宝首饰行业营销方式存在的问题	332
三、提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施	336
第八节 珠宝首饰业的网络营销情况分析	337
一、传统珠宝零售商进军互联网新战场	337
二、网络时代给传统经济带来的机遇与挑战	338
三、珠宝首饰网络营销的模式与基本内容	339
四、珠宝首饰网络营销的现状与发展	341
五、中国珠宝首饰在线消费需求分析	343
六、珠宝首饰网络“DIY”营销模式	343
第十三章 珠宝专卖终端管理策略	346
第一节 珠宝专卖终端管理不同时期特点与应对策略	346
一、导入期的特点及应对策略	346
二、上升期的特点及应对策略	346
三、成长期的特点及应对策略	347
四、成熟期的特点及应对策略	348
第二节 珠宝专卖终端管理店址选择与陈列策略	348
一、店址选择	348
二、店头的照明与色彩	349
三、POP广告	350
四、商品陈列设计	351
第三节 珠宝专卖终端销售过程的礼貌和用语	352
第四节 珠宝专卖终端促销策略	354
第五节 六桂福珠宝终端运营之道	354
第十四章 行业竞争格局分析	357
第一节 我国珠宝业总体格局	357
一、我国珠宝业竞争形势分析	357
二、珠宝商差异化竞争现状分析	363
三、珠宝电子商务的竞争优势分析	364
四、2015-2016年珠宝行业竞争状况分析	365
五、中国珠宝首饰业将面临群雄纷争的未来	367
六、2015-2016年中外珠宝商争夺内地市场	368

六、目前我国市场上各大珠宝品牌商竞争情况、分布情况	369
第二节 2015-2016年外资进入中国市场情况分析	369
一、2012年卡地亚高级珠宝南京首发	369
二、2012年欧洲顶级珠宝再次访问中国	370
三、2012年绰美珠宝进入中国对决卡地亚	371
四、2012年意大利珠宝瞄准中国市场	371
五、2012年法国殿堂级珠宝CHAUMET进驻春城	373
六、2012年亚洲知名珠宝品牌昭仪翠屋进驻上海	374
七、2013年戴比尔斯珠宝北京精品店隆重开张	375
八、2014年CHAUMET成都专门店进驻美美百货	379
九、十、十一。。。。。	
第三节 区域珠宝品牌间的合作竞争博弈探讨	379
一、中国珠宝首饰行业概况及竞争形势	379
二、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的意义	381
三、区域珠宝品牌间合作竞争博弈领域和方式	382
四、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的建议策略	384
五、未来区域珠宝首饰品牌间的合作竞争博弈	385
第十五章 行业主要企业分析	386
第一节 香港周生生珠宝（00116）	386
一、公司简介	386
二、2014年公司经营情况分析	387
三、2015年公司经营情况分析	390
四、2016年公司财务数据分析	392
五、周生生推出全新品牌形象	393
第二节 明丰珠宝集团有限公司（00860）	394
一、公司简介	394
二、2013-2015年公司经营情况分析	394
三、明丰珠宝收购JOY	398
四、明丰珠宝引入亨得利为大股东	398
第三节 谢瑞麟珠宝金行（中国）公司（00417）	399
一、公司简介	399
二、谢瑞麟珠宝复牌之路	403
三、公司未来发展展望与策略	403
四、谢瑞麟珠宝金行公司北京市场营销策略探讨	403



第四节 六福珠宝（00590）	414
一、公司简介	414
二、2012-2015年公司经营情况分析	415
三、2012-2015年公司财务数据分析	418
四、六福珠宝发布二三线城市扩张计划	419
第五节 东方金钰（600086）	420
一、公司简介	420
二、2014年企业经营情况分析	421
三、2015年企业经营情况分析	425
四、2016年企业财务数据分析	429
五、公司发展展望及策略	430
第六节 老凤祥（600612）	430
一、公司简介	430
二、老凤祥竞争优势分析	431
三、2014年企业经营情况分析	432
四、2015年企业经营情况分析	436
五、2016年企业财务数据分析	441
六、公司发展展望及策略	441
七、老凤祥公司未来发展战略分析	442
八、老凤祥公司增强首饰设计软实力策略	442
第七节 周大福珠宝金行（01929）	443
一、公司发展大事记	443
二、公司发展历程	443
三、2015年在内地开设分店数量	447
四、周大福积极筹备IPO	448
第八节 千禧之星	448
一、公司简介	448
二、企业经营情况分析	450
第九节 恒和珠宝（00513）	451
一、公司简介	451
二、公司将逐步成为集团营运中心	451
三、2013财年企业经营情况分析	451
第十节 其他知名企业	455
一、深圳市福麒珠宝首饰有限公司	455
二、香港周六福珠宝集团	457

三、香港名钻坊	458
四、广东潮宏基（002345）	458
五、浙江日月首饰集团有限公司	463
六、北京菜百	465
七、上海老庙黄金有限公司	465
第十六章 2016-2022年珠宝首饰行业未来发展趋势分析	467
第一节 行业发展政策环境分析	467
第二节 2016-2022年中国珠宝首饰行业发展趋势分析	467
一、未来中国珠宝首饰行业的发展方向	467
二、中国珠宝首饰行业发展趋势判断	471
三、中国珠宝首饰行业消费潜力巨大	471
四、2016-2022年我国珠宝销售预测	472
五、2016-2022年中国奢侈品消费情况预测	473
第十七章 2016-2022年珠宝首饰行业发展对策分析	477
第一节 珠宝品牌战略制胜策略	477
一、珠宝企业品牌发展战略	477
二、珠宝区域品牌发展战略	478
三、珠宝国家品牌发展战略	480
第二节 珠宝首饰行业品牌发展策略	482
一、珠宝品牌建设急需借鉴传统文化	482
二、珠宝企业如何树立品牌才是长久之计	484
三、中国珠宝企业应加强研发从贴牌走向自主设计	486
四、珠宝业：从渠道为王向品牌之争的过渡	486
五、三线珠宝企业品牌升级的路径	489
六、中国饰品企业应谋“四势”求发展	493
七、中国饰品急需差异化品牌定位	495
第三节 浅谈中国珠宝首饰业的价格战和价格联盟	497
一、价格、价格战和价格联盟的定义	497
二、珠宝企业之间的价格战和价格联盟	498
三、珠宝企业的价格战和价格联盟选择	499
四、未来珠宝企业间的价格战和价格联盟	500
第四节 黄金行业发展循环经济策略	501
一、发展循环经济的思考	501

二、发展循环经济的建议	502
三、发展循环经济的有效途径	503
第五节 珍珠珠宝首饰企业发展之道	503
一、提高原珠质量	503
二、增强设计水平	504
三、重视珍珠推广	505
四、树立强势品牌	505
五、解读珍珠文化	506
第六节 珠宝行业信息化解决方案	507
一、珠宝饰品行业管理现状	507
二、管理总体需求	508
三、管理预期目标	509
第七节 对于企业进入珠宝行业的建议	510
一、从价值链角度看	510
二、各种首饰的发展前景	512

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2016-2022年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测
图表：金银珠宝首饰行业产业链
图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业企业数量增长趋势图
图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国金银珠宝首饰行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年金银珠宝首饰行业市场供给

图表：2011-2015年金银珠宝首饰行业市场需求

图表：2011-2015年金银珠宝首饰行业市场规模

图表：金银珠宝首饰所属行业生命周期判断

图表：金银珠宝首饰所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国金银珠宝首饰行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国金银珠宝首饰行业供给预测

图表：2016-2022年中国金银珠宝首饰行业需求预测

图表：2016-2022年中国金银珠宝首饰行业价格指数预测

图表：.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/187588.html>